

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah selalu menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Contohnya jual beli makanan yang sering ditemui pada lingkungan sekitar, toko kopi bagi kalangan anak muda yang kini kian menjamur, dan masih banyak lagi UMKM yang menjadi tempat jual beli kebutuhan. Keberadaan UMKM bagi kehidupan masyarakat Indonesia yang dikenal dengan konsumsinya sangat membantu. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM dalam artikel Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (2020), jumlah UMKM di Indonesia melebihi 60 juta pada tahun 2019. Meski disebut usaha "kecil", kontribusinya sangat besar. Peran UMKM di Indonesia sangat besar, dan lebih dari setengah (60,34%) PDB Indonesia ditopang oleh kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia sangat bergantung pada kinerja UMKM (Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, 2020).

Namun, pertumbuhan UMKM, khususnya usaha menengah kecil sangatlah sedikit. Hal ini terjadi karena unit usaha mikro dan kecil sulit untuk ditingkatkan menjadi unit usaha menengah. Kesulitan tersebut disebabkan oleh beberapa hal seperti keterbatasan akses pembiayaan atau modal, kesulitan dalam pengembangan usaha, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, birokrasi dan peraturan yang sulit dan kompleks, serta pembukuan yang tidak jelas. Salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan memaksimalkan proses digitalisasi UMKM, khususnya UMKM skala mikro atau kecil. Digitalisasi saat ini penting karena konsumen di Asia Tenggara memimpin dalam eksplorasi era digital. Dengan ini, unit usaha kecil dapat meningkatkan kondisinya menjadi unit usaha menengah.

Dari Analisis data Industri yang dikutip pada Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, terdapat jumlah total UMKM di Kabupaten Tangerang berjumlah 167.649 (Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2022). Hasil data menunjukkan banyaknya UMKM yang beredar di wilayah kabupaten tangerang namun dari beberapa UMKM tersebut masih ada yang sulit untuk berkembang dan membidik konsumennya karena banyaknya pesaing di sektor yang sama dan menyesuaikan dengan perubahan lingkungan seperti kenaikan harga barang, terjadi adanya bencana alam, huru-hara dan wabah penyakit secara global di dalam masyarakat.

Masuknya pandemi Covid-19 ke Indonesia membuat Industri UMKM terancam. Dikutip dalam acara Mandiri Market Outlook bahwa UMKM merupakan sektor yang berdampak dari pandemi, jika pandemi terus berlanjut sebanyak 80% usaha mikro tidak memiliki uang dan tabungan lebih dari 60%. Dengan adanya pandemi ini membuat UMKM khususnya usaha mikro sangat terancam. Namun Pandemi juga mendatangkan peluang bagi UMKM, Menurut data dari BRI Mikro 5,9% UMKM mengalami pertumbuhan positif dan 3,8 % UMKM mengalami peningkatan omzet. Hal ini dikarenakan menurunnya Pandemi Covid-19 dan meningkatnya produksi barang untuk memenuhi permintaan konsumen.

Dengan melihat banyaknya jumlah UMKM yang berada di daerah tersebut menjadi peluang untuk CREFOBE memiliki pasar yang cukup luas. CREFOBE menargetkan UMKM pada bidang bisnis dan finansial, dimana Industri bisnis produksi dan konsumsi ini memiliki peluang tinggi karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok dari masyarakat sehingga industri ini akan selalu meningkat, hal ini juga didukung dari banyaknya peluang bagi penciptaan varian yang dapat dibuat dari industri makanan dan minuman.

CREFOBE merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa konsultan UMKM, yang memberikan edukasi kepada UMKM khususnya UMKM di bidang makanan dan minuman untuk melakukan Digitalisasi dalam proses bisnisnya khususnya di bidang Marketing dan Keuangan. Ide ini muncul karena banyaknya

UMKM di Indonesia yang kesulitan melakukan proses digitalisasi pada bisnisnya padahal UMKM berperan penting pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia, UMKM berkontribusi pada PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia dengan jumlah 60% sebesar 8.952 Triliun Rupiah. Dengan adanya masalah ini, CREFOBE menawarkan solusi dengan fokus menangani permasalahan UMKM pada bagian *Marketing* dan *Finance* yang akan membantu perkembangan UMKM khususnya pada bidang bisnis dan finansial. Dengan demikian CREFOBE akan menjadi jawaban bagi pelaku UMKM untuk dapat beradaptasi dan juga bertahan pada kemajuan teknologi yang semakin berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan latar belakang diatas, terdapat masalah komunikasi visual yang dihadapi oleh pelaku UMKM khususnya pada pelaku usaha kecil dan yang ingin memulai membuka usaha khususnya pada bidang bisnis dan finansial yakni, Kurangnya pemahaman akan bisnis strategi pemasaran UMKM pada bidang bisnis dan finansial di wilayah Kabupaten Tangerang, yakni keterbatasan SDM dalam literasi digital. Potensi solusi yang dapat dilakukan dari permasalahan tersebut, untuk memulai perancangan ini merujuk pada rumusan masalah tersebut maka ditemukan penelitian dengan pertanyaan berikut:

Bagaimana perancangan *User Interface* aplikasi crefobe untuk konsultasi bisnis yang di khusus kan pada bidang makanan dan minuman bagi calon pelaku UMKM?

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah dalam karya penelitian ini teridentifikasi dan tetap masuk dalam ruang lingkup penelitian yang ditentukan, menetapkan batasan karya penelitian ini pada: Perancangan *User Interface* aplikasi crefobe untuk konsultasi bisnis pengembangan UMKM. Batasan tersebut dengan segmentasi sebagai berikut :

1. Demografis

- Jenis Kelamin : Perempuan dan laki-laki
- Usia : 20-35 Tahun
- Pendidikan : SMA/Sederajat
- Pekerjaan : Wiraswasta
- Kelas Ekonomi : SES B

2. Geografis

- Kota : Kabupaten Tangerang

3. Psikografis.

Pelaku bisnis UMKM

- Calon wirausaha yang ingin membangun bisnis.
- Suka eksplor dan mudah diberikan hal baru.
- Memiliki minat akan industri makanan dan minuman.
- Mengeluarkan uang banyak untuk merekrut pekerja.
- Membutuhkan bimbingan mentor untuk bisnis kedepan yang sedari awal hingga akhir yang tidak berkembang juga (sudah melakukan promosi, membayar influncer/Pendengung)

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, tujuan dari pembuatan tugas akhir ini untuk merancang media informasi melalui tampilan *user interface* aplikasi crefobe untuk konsultasi bisnis pengembangan UMKM untuk membantu para UMKM dalam mengembangkan usaha kecil menjadi menengah.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Melalui perancangan tugas akhir ini diharapkan memiliki manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas, sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Manfaat yang didapatkan bagi penulis dari perancangan *user interface* aplikasi ini adalah dapat menambah ilmu dari luar ilmu desain seperti bisnis, mengembangkan dan mengimplementasikan ilmu desain yang dipelajari terhadap masalah di lingkungan masyarakat.

2. Bagi pelaku bisnis

Manfaat yang didapatkan bagi pelaku bisnis atau UMKM adalah dapat mempermudah dan dapat memberikan solusi dari permasalahan di bidang manajemen bisnis berupa media konsultasi bisnis dari permasalahan di bidang manajemen bisnis di bidang manan dan minuman.

3. Manfaat bagi universitas

Manfaat yang didapatkan bagi universitas melalui tugas akhir perancangan adalah sebagai pedoman mengenai perancangan aplikasi konsultasi bagi pelaku UMKM kecil menengah dan dapat mempelajarinya untuk perancangan selanjutnya.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A